Deutscher Bundestag **Drucksache 18/9005**

18. Wahlperiode 22.06.2016

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Nicole Maisch, Renate Künast, Dr. Valerie Wilms, Dr. Konstantin von Notz, Luise Amtsberg, Volker Beck (Köln), Matthias Gastel, Dieter Janecek, Katja Keul, Monika Lazar, Irene Mihalic, Özcan Mutlu, Corinna Rüffer, Hans-Christian Ströbele und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Nutzung, Kosten und geplanter Ausbau von Verbraucherinformations-Portalen zur Förderung nachhaltigen Konsums

Neben der Stärkung und Durchsetzung von Verbraucherrechten, einer organisierten Verbrauchervertretung und der Verbraucherbildung stellt die Verbraucherinformation eine zentrale Säule des Verbraucherschutzes dar.

Hochwertige und vergleichbare Informationen sind von großer Bedeutung, damit Märkte funktionieren und Verbraucherinnen und Verbraucher solche Unternehmen durch ihre Kaufentscheidungen belohnen können, die ihnen z. B. in Hinblick auf sozial-ökologische Kriterien, Qualität oder Preis die besten Angebote unterbreiten. Allerdings ist es auf zunehmend komplexen Märkten für Verbraucherinnen und Verbraucher kaum möglich, vollständig informiert zu sein. Einerseits stehen Verbraucherinnen und Verbraucher einer teilweise unüberschaubaren Vielzahl an Informationen gegenüber. Andererseits fehlt es nicht selten an leicht verfügbaren, vergleichbaren und verständlichen Informationen.

Es kommt deshalb maßgeblich auf die Auswahl, die Verfügbarkeit und die Art der Aufbereitung von Informationen an, ob Verbraucherinnen und Verbraucher aus ihnen einen Nutzen ziehen können oder nicht. Dementsprechend hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) im Oktober 2014 im Workshop „Gute Verbraucherinformation“ über zentrale Qualitätskriterien für Verbraucherinformationen diskutiert und daraufhin „Leitfragen für die gute Gestaltung von Verbraucherinformationen durch Normgeber und Informationsanbieter“ erstellt. Im Rahmen eines Pilotprojekts sollen die Leitfragen getestet werden.

Allerdings zeigen verhaltensökonomische und konsumsoziologische Forschungsergebnisse, dass Verbraucherinnen und Verbraucher selbst hochwertige Informationen nur anteilig verarbeiten können, sehr begrenzt rational agieren, und fest in Verhaltensroutinen und Alltagsstrukturen eingebunden sind, so dass durch die Bereitstellung von Informationen z. T. nur wenig Änderung des Verhaltens stattfindet (www.sustainablelifestyles.ac.uk/sites/default/files/motivating_sc_final.pdf). Der Wert von Verbraucherinformationen für tatsächliche Verhaltensänderungen der Verbraucherinnen und Verbraucher ist deshalb begrenzt.

Die Bundesregierung ist selbst ein wichtiger Akteur in diesem Kontext. Sie stellt viele Informationen für Verbraucherinnen und Verbraucher zur Verfügung, auch im Bereich nachhaltiger Konsum.

Im Nationalen Programm für Nachhaltigen Konsum (2016) ist Verbraucherinformation als ein zentrales Handlungsfeld zur Stärkung nachhaltigen Konsumverhaltens benannt. Unter anderem sollen verschiedene Verbraucherinformationsportale im Internet gefördert und ausgebaut werden.

Wir fragen die Bundesregierung:

Portal Siegelklarheit

1. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals „Siegelklarheit" (www.siegelklarheit.de) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?
   a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?
   b) Wie viele Seitenaufrufe insgesamt und pro Besucher gab es dabei?
   c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?
2. Wie hoch sind die Kosten für die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals und entsprechen sie den Erwartungen (siehe Bundestagsdrucksache 18/4541, erwartete Kosten: 30 000 Euro/Jahr)?
3. Welche Aktualisierungen und Nachbesserungen der Siegel hat das zuständige International Trade Center (ITC) in Genf bisher in seine Datenbank aufgenommen, und inwieweit führten diese zu Neubewertungen der Siegel auf der Plattform (siehe Bundestagsdrucksache 18/4541)?
4. Welche Gespräche (wie auf Bundestagsdrucksache 18/4541 angekündigt) haben bisher mit dem Projektteam des Portals labelonline.de stattgefunden, und welche Vereinbarungen gab es hinsichtlich der weiteren Zusammenarbeit und der Unterscheidung der beiden Portale?
5. In Hinblick auf welche Inhalte und wann sollen die Informationsangebote, wie im Nationalen Programm für Nachhaltigen Konsum (S. 19) dargelegt, auf dem Portal ausgebaut werden, welches Budget ist dafür eingeplant, und welche Vorarbeiten haben hierzu bereits stattgefunden?
6. Wann werden die auf dem Portal angekündigten Siegel in der Produktgruppe Lebensmittel ergänzt, und wird sich die Ergänzung auf die dort bereits erkennbaren, grau unterlegten vier Siegel (4C Association, Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ Certified) beschränken?
   a) Wenn ja, auf welcher Grundlage kommt diese Auswahl zustande?
   b) Wenn nein, welche weiteren Siegel werden im Rahmen des Portals bewertet werden?
7. Wann werden die auf dem Portal angekündigten Siegel in der Produktgruppe Holz ergänzt, und aus welchen Gründen wurden sie nicht bereits im Sommer 2015 ergänzt (siehe dazu Bundestagsdrucksache 18/4541, Frage 30, S. 7)?

   Wird sich die Ergänzung auf die auf dem Portal bereits erkennbaren, grau unterlegten zwei Siegel (FSC, PEFC) beschränken?
   a) Wenn ja, auf welcher Grundlage kommt diese Auswahl zustande?
   b) Wenn nein, welche weiteren Siegel werden im Rahmen des Portals bewertet werden?

8. Wie viele Nutzerinnen und Nutzer haben sich nach Kenntnis der Bundesregierung die dazugehörige App „Siegelklarheit unterwegs“ (www.siegelklarheit.de/unterwegs) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat sowie insgesamt seit Bestehen der App heruntergeladen, und wie viele aktive Nutzerinnen und Nutzer hatte die App im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

Portal Umweltbewusst leben

9. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals des Umweltbundesamtes „Umweltbewusst leben“ (www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/umweltbewusstleben) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?
   a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?
   b) Wie viele Seitenaufrufe insgesamt und pro Besucher gab es dabei?
   c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?
10. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für
    a) die Entwicklung und Erstellung,
    b) die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals?
11. In Hinblick auf welche Inhalte und wann sollen die Informationsangebote, wie im Nationalen Programm für Nachhaltigen Konsum (S. 18) dargelegt, auf dem Portal ausgebaut werden, welches Budget ist dafür eingeplant, und welche Vorarbeiten haben dazu bereits stattgefunden?

Portal Lebensmittelklarheit

12. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals „Lebensmittelklarheit“ (www.lebensmittelklarheit.de) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?
    a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?
    b) Wie viele Seitenaufrufe pro Besucher gab es dabei?
    c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?
    d) Wie viele Besucherinnen und Besucher haben die Funktion „Produkte melden“ genutzt, und wie viele Beschwerden wurden in der Folge tatsächlich bearbeitet?
13. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für
    a) die Entwicklung und Erstellung,
    b) die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals?
14. Liegt die Bewilligung des Antrags zur längerfristigen Förderung des Portals mittlerweile vor, und wenn ja, in welcher Höhe und mit welcher Laufzeit wird das Projekt zukünftig gefördert?

Portal Nachhaltiger Warenkorb

15. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals „Nachhaltiger Warenkorb“ (http://nachhaltiger-warenkorb.de) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

    a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?

    b) Wie viele Seitenaufrufe pro Besucher gab es dabei?

    c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?

16. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für

    a) die Entwicklung und Erstellung,

    b) die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals?

17. Wie viele Nutzerinnen und Nutzer haben sich nach Kenntnis der Bundesregierung die dazugehörige App „Nachhaltiger Warenkorb“ im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 und insgesamt seit Bestehen der App heruntergeladen, und wie viele aktive Nutzerinnen und Nutzer hatte die App im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

Portal Label-online

18. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals „Label-online“ (http://label-online.de/) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

    a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?

    b) Wie viele Seitenaufrufe pro Besucher gab es dabei?

    c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?

19. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für

    a) die Entwicklung und Erstellung,

    b) die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals?

20. Wie viele Nutzerinnen und Nutzer haben sich nach Kenntnis der Bundesregierung die dazugehörige „Label-App“ im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 und insgesamt seit Bestehen der App heruntergeladen, und wie viele aktive Nutzerinnen und Nutzer hatte die App im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

Portal Pkw-Label

21. Welche Kenntnisse hat die Bundesregierung über die Nutzung des Verbraucherinformationsportals „Pkw-Label“ (http://pkw-label.de) im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 insgesamt und pro Monat?

    a) Wie viele Besucherinnen und Besucher (insgesamt und einzelne) verzeichnete das Portal?

    b) Wie viele Seitenaufrufe pro Besucher gab es dabei?

    c) Wie hoch war die Verweildauer pro Besucher auf der Portalseite?

22. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für
    a) die Entwicklung und Erstellung,
    b) die bisherige und fortlaufende Pflege des Informationsportals?

Zu „Leitfragen für die gute Gestaltung von Verbraucherinformationen durch Normgeber und Informationsanbieter“ des BMJV

23. Wurden die im Anschluss an den Workshop „Gute Verbraucherinformation“ erarbeiteten „Leitfragen für die gute Gestaltung von Verbraucherinformationen durch Normgeber und Informationsanbieter“ bereits im Rahmen eines Pilotprojekts getestet?
24. Bei welchen Rechtsetzungsvorhaben wurden die Leitfragen im Rahmen des Pilotprojekts eingesetzt und getestet, und was waren die Ergebnisse dieser Tests?
25. Wann findet die Evaluation des Faltblattes und seiner Wirkung auf die Normgebung statt?
26. Werden die in dem Workshop und anschließenden Prozess gewonnenen Erkenntnisse über gute Verbraucherinformation Eingang finden in die inhaltliche, formale und visuelle Ausgestaltung der von der Bundesregierung finanzierten Verbraucherinformationsportale?

    Wenn ja, in welcher Form?

Nichtdigitale Verbraucherinformationen für nachhaltigen Konsum

27. Mit welchen Maßnahmen bzw. mit welchen nichtdigitalen Verbraucherinformationen informiert die Bundesregierung Verbraucherinnen und Verbraucher, die keinen Internetzugang haben, über nachhaltigen Konsum?
    a) Wie hoch waren die Kosten für nichtdigitale Verbraucherinformationen für nachhaltigen Konsum im Zeitraum von Mai 2015 bis Mai 2016 (bitte nach einzelnen Projekten aufschlüsseln)?
    b) Gibt es Evaluationen bzgl. der Reichweite bzw. Wirksamkeit dieser nichtdigitalen Verbraucherinformationen, und wenn ja, was waren die Ergebnisse dieser Evaluationen?

Berlin, den 22. Juni 2016

Katrin Göring-Eckardt, Dr. Anton Hofreiter und Fraktion



Satz: Satzweiss.com Print, Web, Software GmbH, Mainzer Straße 116, 66121 Saarbrücken, www.satzweiss.com
Druck: Printsystem GmbH, Schafwäsche 1-3, 71296 Heimsheim, www.printsystem.de
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlag GmbH, Postfach 10 05 34, 50445 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Fax (02 21) 97 66 83 44, www.betrifft-gesetze.de
ISSN 0722-8333